

Clones do YouTube: replataformização da irrealidade e infraestruturas de desinformação sobre a Covid-19

YouTube Clones: replatforming unreality and disinformation infrastructure on Covid-19

Marcelo Alves dos Santos Junior^{†1}
marceloalves.ufsj@hotmail.com

RESUMO

Este artigo se dedica a analisar notícias falsas sobre Covid-19 a partir de uma abordagem sobre as infraestruturas da desinformação. Dessa forma, estudamos websites clones que copiam o YouTube para replataformizar o ambiente informacional e espalhar vídeos com títulos falsos e sensacionalistas, dificultando a aplicação de políticas de moderação de conteúdo. A pesquisa empírica trata de 16 websites de hospedagem de vídeos e 11.384 publicações de links em grupos e páginas do Facebook. Aplicamos procedimentos de métodos digitais e computacionais elaborados para analisar fake news de forma cenográfica e técnicas de identificação de coordenação de atividades inautênticas. Encontramos sites clones que manipulam vídeos da imprensa adicionando manchetes falsas. A operação articula o espalhamento de vídeos de modo organizado, instrumentalizando grupos de religião, entretenimento, políticas e notícias no Facebook. Ao final, debatemos as implicações para combater a desinformação com foco na interação entre plataformas.

Palavras-chave: comunicação, infraestruturas, desinformação, replataformização, moderação.

ABSTRACT

This paper analyzes false stories about Covid-19 from an infrastructure approach. Thus, we study clone websites that copy YouTube to re-platform the informational environment and spread confusing and sensationalist videos making it difficult to enforce content moderation policies. The empirical research samples 16 video hosting websites and 11,384 link posts on Facebook groups and pages. We apply procedures of digital and computational methods designed to analyze fake news in a scenographic way and techniques for identifying coordination of activity inauthentic. We find clone sites that manipulate press videos by adding sensationalist or false information. The operation articulates the spread of videos in an organized manner by instrumentalizing religion, entertainment, political, and news groups on Facebook. In the remainder of the paper, we discuss the implications for tackling disinformation with a focus on cross-platform interaction.

Keywords: communication, infrastructure, disinformation, replatforming, moderation.

^{†1} Universidade Federal Fluminense. Rua Miguel de Frias, 9 – Icaraí, Niterói/RJ.

Introdução

Durante a pandemia de Covid-19, o espalhamento de informações fabricadas e teorias conspiratórias tomou alcance global (Bruns *et al.*, 2020; Machado *et al.*, 2020). Pressionadas pela sociedade civil, as gigantes tecnológicas que controlam plataformas digitais como Facebook, Twitter, Instagram e Youtube intensificaram as políticas de remoção de conteúdo considerado falso ou malicioso. Estudos relacionados demonstraram que estes esforços mitigaram os efeitos, mas não impediram a viralização e replicação de tratamentos ineficazes nas redes (Ahmed, 2020; Papakyriakopoulos, Serrano e Hegelich, 2020). Relatórios encontraram desde falsas curas à venda no Facebook Marketplace, até anúncios sendo impulsionados a despeito de terem sido reportados como enganosos (Williams, 2020). A situação se agrava ao se investigar o problema a partir de uma perspectiva de ecossistema midiático que entrelaça a disseminação de desinformação por múltiplas plataformas com lógicas peculiares (Gray, Bonegru e Venturini, 2020).

O objetivo deste paper é analisar notícias falsas sobre a Covid-19 a partir de uma abordagem sobre infraestruturas de desinformação. Esse ecossistema multifacetado interconecta tecnologias que recebem moderação com espaços que prometem liberdade de expressão irrestrita para extremistas (Davey e Ebner, 2017). Em grande medida, ferramentas privadas como o WhatsApp possuem *affordances* que facilitam o espalhamento de teorias conspiratórias (Soares *et al.*, 2020b) e são instrumentalizadas para circular links provenientes de redes com moderação ativa. Para evitar políticas de moderação e de remoção de conteúdo, movimentos chamados de *alt-tech* vêm criando aplicativos e fóruns de extrema-direita, como o Gab, Parler, Hatreon e o PewTube (Ebner, 2019). Todavia, mesmo essas ferramentas sofrem pressão da sociedade civil e de grupos de ativismo de desmonetização que visam denunciar seus financiadores (Donovan, Lewis e Friedberg, 2019). Recentemente, o Parler foi banido das lojas de aplicativos da Apple e da Google por abrigar discurso de ódio e incitação de violência contra o Capitólio nos EUA^[1].

Neste artigo, oferecemos evidências sobre a criação e manutenção de dezenas de sites repositórios de vídeos que imitam a interface gráfica do Youtube e hospedam peças desinformativas para evitar a moderação ou a desmonetização

nas grandes plataformas. O recorte empírico desta pesquisa se debruça sobre: a) uma lista de sites anônimos e hospedados na China que clonam a interface do Youtube para espalhar conteúdos fabricados e manchetes enviesadas e b) suas redes de disseminação no Facebook, extraídas pela Crowdtangle API. Os procedimentos analíticos se fundamentam em métodos digitais e replicação de técnicas algorítmicas para estudar a coordenação de atividades inautênticas de espalhamento dos links (Bonegru *et al.*, 2017; Giglietto, *et al.*, 2020).

Os achados indicam que os sites fazem parte de operações internacionais de disseminação de desinformação com audiência de vários países e que não revelam autoria ou vínculos institucionais. Eles republicam de forma automatizada vídeos da mídia profissional, mas com títulos distorcidos para capturar cliques e propagar desinformação, como a chegada da cura e da vacina contra a Covid-19. O estudo de circulação demonstra que os vídeos são espalhados de forma articulada em grupos do Facebook, preferencialmente religiosos ou de apoio a Jair Messias Bolsonaro, alcançando milhões de interações. A discussão relaciona os resultados com a literatura sobre ecossistemas e infraestruturas de desinformação e sobre potenciais e limites da moderação de conteúdo extremo ou malicioso. A principal contribuição é evidenciar estratégias para tangenciar ou minimizar processos de remoção ou checagem de fatos em infraestruturas tecnológicas alternativas que imitam plataformas *mainstream*, em combinação com o uso do Facebook para circular os links.

O artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, realizamos uma discussão teórica que relaciona as principais linhas de argumentação sobre *fake news* e desinformação com a abordagem que foca nas infraestruturas e plataformas digitais. Articulamos o debate com as ações de replataformização de discursos radicais e conspiratórios e o movimento *alt-tech* de “replataformização da irrealidade” (Ebner, 2019) a fim de lançar olhar para táticas multiplataformas de poluição informacional. O trecho metodológico detalha os procedimentos de extração, limpeza e análise dos dados, integrando métodos digitais sobre as cenografias das *fake news* (Bonegru *et al.*, 2017) e a coordenação de atividades inautênticas (Giglietto, *et al.*, 2020). Na terceira, indicamos os resultados empíricos da observação dos websites e do compartilhamento dos links no Facebook. Por fim, debatemos os achados com o arcabouço teórico, pensando sobre infraestruturas da desinformação, replataformização e desafios da moderação de conteúdo.

[1] Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2021/01/09/us/parler-amazon-apple-google-responses.html> Acesso em 22 de novembro de 2020.

Desinformação e covid-19 – uma abordagem focada nas infraestruturas digitais

Nos últimos anos, o número de estudos teóricos e empíricos preocupados com o problema da deterioração da informação disponível nos sistemas midiáticos cresceu exponencialmente. Amparadas em diversas linhas teóricas, pesquisas propõem definições conceituais estritas como *fake news* (Tandoc Jr. *et al.*, 2018; Gomes e Dourado, 2020) ou quadros analíticos que capturam fenômenos mais amplos e multifacetados como ordem da desinformação (Wardle, 2018; Bennett e Livingston, 2018; Mourão e Robertson, 2019). Outras propostas não observam a questão da facticidade em si, reorientando o prisma de análise para a exploração dos afetos. Young (2021) parte da teoria crítica e dos estudos sobre emoção e pertença sugere que a desinformação opera “guerras afetivas”, cultivando fantasias, expectativas e visões otimistas de mundo.

De forma geral, todavia, a maior parte da literatura se dedica às questões de facticidade do conteúdo e de intencionalidade dos atores envolvidos na disseminação de mensagens inverídicas ou distorcidas que poluem o debate público. Essa perspectiva pode ser expandida a partir de investigações que tratam das condições infraestruturais e sociotécnicas que possibilitam a elaboração de estratégias de desinformação e o rápido espalhamento de material falacioso. O conceito de *junk news*, por exemplo, analisa a desinformação não em função da intenção de manipulação, mas por sua circulação viral e rastros de poluição (Venturini, 2019). Dessa forma, estudos sobre *fake news* se beneficiam da ideia de “públicos em rede” como um conjunto de pessoas e interações que são reestruturadas pelas características e restrições tecnológicas das arquiteturas em rede (boyd, 2010).

O foco nas transformações infraestruturais a partir da digitalização da comunicação encontra abrigo em várias abordagens teóricas. Pfetsch (2020) parte de estudos sobre mudanças em paradigmas da comunicação (Blumler e Kavanagh, 1999) e sobre os sistemas midiáticos híbridos de Chadwick (2017) para analisar o que a autora chama de esferas públicas dissonantes. A ideia central é que a infraestrutura de informação política é desorganizada a partir de um ecossistema multifacetado de atores, práticas e modelos midiáticos. A consequência desse processo é um ambiente volátil que enfraquece as bases de legitimação da imprensa jornalística como instituição epistêmica. Segundo o argumento, as infraestruturas comunicacio-

nais desse sistema midiático híbrido são definidas por *affordances* tecnológicas que são instrumentalizadas por diversos atores para gerar ecossistemas paralelos de informação (Baele, Brace e Coan, 2020) com repertórios de comunicação “diversos, confusos, temporários, efêmeros e opacos” (Pfetsch, 2020:104). As *affordances* são dinâmicas de interação entre as arquiteturas tecnológicas e as práticas de uso que, embora não determinem, podem reformular públicos, práticas de negociação e as formas como as informações circulam (boyd, 2010).

O argumento tem interface com linhas analíticas sobre a plataformação da sociedade. Van Dijck, Poell e de Waal (2018: 4) entendem que a sociedade contemporânea é caracterizada pela concentração das trocas, fluxos e relacionamentos em um ecossistema global e privado de plataformas que funcionam pela interação entre algoritmos e dados. Os autores dialogam com o conceito de infraestrutura (Platin *et al.*, 2018), isto é, sistemas sociotécnicos controlados de forma centralizada que são essenciais para o funcionamento da economia, para explicar como as cinco maiores empresas de tecnologia plataformação e privatizam as infraestruturas digitais. Fundamentalmente, essa infraestrutura sociotécnica interfere em instituições sociais tradicionais, provocando um confronto entre valores públicos e privados.

A articulação teórica deste artigo se interessa particularmente pela plataformação da economia da atenção e dos sistemas informacionais (Van Dijck, Poell e de Waal, 2018). Empresas globais como Facebook e Google canalizam e estabelecem os instrumentos, normas e lógicas para circulação do tráfego na internet (Hindman, 2018; Vaidhyanathan, 2018). Isso produz um impacto significativo nos modelos de negócio tradicionais das instituições jornalísticas. As plataformas atuam como mediadoras digitais que exercem poder sobre as dinâmicas de circulação de tráfego e de informações, influenciando órgãos de imprensa por lógicas externas ao campo jornalístico e inscritas em algoritmos (Nielsen e Ganter, 2018). A economia de atenção subjacente fragmenta a audiência e produz um ambiente noticioso marcado pela cacofonia, que contribui para uma conjuntura de crise epistêmica e enfraquecimento de autoridades modernas do conhecimento (Bennett e Livingston, 2018; Albuquerque e Quinan, 2019; Carlson, 2020; Oliveira, 2020).

Nesse sentido, o escopo do problema a ser compreendido é como infraestruturas digitais possuem determinadas *affordances* que influenciam a circulação de notícias falsas e constituem a arquitetura de ambientes paralelos de desinformação (Bechmann, 2020; Kraft e

Donovan, 2020; Ong e Cabañes, 2020). Gray, Bonegru e Venturini (2020) argumentam que o fenômeno das *fake news* tem uma “estranheza infraestrutural” (“*infrastructural uncanny*”), isto é, elas tornam as infraestruturas perceptíveis não necessariamente pelas falhas ou quebras em seu funcionamento, mas pelo sucesso em produzir efeitos de confusão, ansiedade e incerteza que são socialmente indesejados. Os autores entendem que essa estranheza infraestrutural se manifesta no caráter de co-produção das relações sociais que resultam em “ambiguidades de agência” (Gray, Bonegru e Venturini, 2020:322-3), ou seja, incertezas se o conteúdo e as métricas de engajamento são gerados pelos próprios cidadãos ou de modo orquestrado, como o impulsionamento monetário, coordenação da ação, *bots* e fazendas de cliques. Essas ambiguidades da agência distribuída oferecem condições ideais para atores que poluem o ambiente informacional.

Gray, Bonegru e Venturini (2020) se apropriam do conceito de cenografias de Bruno Latour (2008) para oferecer uma abordagem teórico-metodológica que enquadra o problema das *fake news* a partir de suas condições de produção e circulação, destacando as *affordances* das infraestruturas que são instrumentalizadas para seleção e espalhamento de notícias falsas. O artigo sugere três caminhos cenográficos². Um primeiro aspecto é a economia dos *links* e o ranqueamento de conteúdo que foca nos mecanismos de busca que ordenam e recomendam websites de desinformação em detrimento do jornalismo profissional. O segundo elemento é a economia da curtida e a metrificação do engajamento (Gerlitz e Helmond, 2013) como instrumentos para coleta extensiva de dados e monetização comercial que geram índices e medidas a serem manipulados por estratégias de falsificação (Jones, 2019). A última cenografia das infraestruturas da desinformação são os mecanismos de rastreamento e comoditização da economia da atenção, que os autores sugerem como método para identificar indústrias globais de monetização de conteúdo falso.

Assim, o foco nas infraestruturas da desinformação busca analisar as condições e *affordances* que influenciam e facilitam a circulação de desinformação no ambiente digital.

Essas infraestruturas estão profundamente imbricadas no funcionamento social ao ponto de passarem despercebidas e serem naturalizadas (Platin et al., 2018). O efeito de estranheza ou de visibilidade nas infraestruturas é gerado pelas consequências indesejadas e inquietantes como as *fake news*, a partir da instrumentalização de mecanismos de busca, métricas de engajamento digitais e monetização da economia da atenção para espalhar mentiras e distorções (Jones, 2019; Gray, Bonegru e Venturini, 2020).

Estratégias de moderação de conteúdo e deplataformização

A pandemia de Covid-19 lançou ainda mais luz sobre as infraestruturas digitais por causa dos problemas de saúde pública agravados pela ordem da desinformação. Investigações acadêmicas, reportagens jornalísticas e os sistemas de justiça pressionaram as plataformas para restringir o espalhamento de falsos tratamentos e conspirações sobre vacinas. Esse trecho analisa as estratégias de moderação de conteúdo implementadas por Facebook e Google em seus sites e revisa a literatura que aponta sua eficácia e as falhas. Muito embora a literatura seja ampla e tenha ângulos distintos, como as políticas de governança (Gorwa, 2019) e como as plataformas são infraestruturas políticas que interferem nas experiências dos usuários (Gillespie, 2010), o recorte dessa discussão se situa particularmente sobre a moderação de conteúdo, penalidades e remoção de atores.

As plataformas evitam, na medida do possível, a moderação de conteúdo, acionando um discurso de que são tecnologias neutras de hospedagem de conteúdo (Gillespie, 2010). Isso se reflete, por exemplo, na definição de Mark Zuckerberg de que o Facebook não era uma empresa de mídia, a fim de evitar suas regulamentações³ (Napoli e Caplan, 2018). Gillespie (2018:14) defende que, ao contrário dessa perspectiva que situa a intervenção como periférica, devemos entender a moderação como a atividade central e inevitável das plataformas, a fim de elucidar suas relações de poder, modelos de negócio e impactos no discurso público.

[2] Os autores referenciam uma palestra de Latour (2008, p. 39) em que a noção de cenografias como uma forma de situar objetos híbridos, ou seja, observar os enredos e redes que envolvem os fatos: “bem como você faria mudando sua atenção do palco para toda a maquinaria de um teatro”. Gray, Bonegru e Venturini sugerem que estudar as cenografias da desinformação é buscar elucidar as condições de produção e agências sociotécnicas que possibilitam as *fake news*.

[3] De acordo com a Seção 230 da Lei de Telecomunicação dos Estados Unidos, legislação aprovada em 1996 pelo Congresso Nacional daquele país, as plataformas e intermediários não são legalmente responsáveis pelo conteúdo de terceiros que são publicados por terceiros em seus sistemas, o que é considerado um “porto seguro” para essas empresas (Gillespie, 2018).

A moderação do conteúdo é inevitável dado o tamanho dessas plataformas e sua inserção na sociedade, afinal, plataformas são governadas por legislações e outros entes sociais (Van Dijck, Poell e de Waal, 2018; Gorwa, 2019). Assim, as empresas elaboram normas, procedimentos e categorias para lidar com conteúdos indesejados como: assédio, ameaças, discurso de ódio, terrorismo, pornografia e grupos supremacistas. Esses construtos teóricos do que é aceitável e do que deve ser banido não são propostos no vácuo e atendem um requisito mínimo do modelo de negócio das plataformas para construir a imagem de um esforço bom o suficiente para a sociedade e seus clientes (Gillespie, 2018). A construção e a operação dessas categorias reforçam o poder político das plataformas como editoras do discurso público (Creech, 2020), que atuam de forma unilateral e opaca como árbitros do que as pessoas veem (Kreiss e McGregor, 2020) a partir de mecanismos sociotécnicos de governança de sentido (Gillespie, 2010; Langlois, 2013; Gorwa, 2019).

As delimitações do que é considerado inaceitável ou passível de remoção são definidas por um grupo minoritário de gestores no Vale do Silício, mas também estão sujeitas à pressão social. Isso se reflete dramaticamente no problema das notícias falsas e teorias da conspiração. Sobretudo desde a campanha sobre a relação do Reino Unido com a União Europeia em 2015 e a eleição de Donald Trump em 2016, as plataformas vem sendo impelidas a lidar com categorias de *fake news* (Gillespie, 2018) e movimentos extremistas antidemocráticos (Ganesh e Bright, 2020). As plataformas resistiram inicialmente, mas elaboraram programas de parcerias institucionais com redes de checagem de fatos para categorizar e penalizar notícias falsas, apresentando resultados questionáveis (Andersen e Sør, 2020; Mena, 2020).

Os procedimentos de moderação de conteúdo combinam o treinamento de profissionais submetidos a rotinas insalubres com algoritmos que automatizam as decisões com base em modelos treinados com insumos de taguemento social (Gillespie, 2018). As penalizações têm vários graus de severidade. Podemos entender a atividade de moderação orientada em duas dimensões: a) conteúdo: se dedica a avaliar o potencial de dano de mensagens específicas aplicando ações como a sinalização de publicações como duvidosas ou falsas, redução significativa de seu alcance e remoção da plataforma (Clayton *et al.*, 2019; Garrett e Poulsen, 2019; Mena, 2020); e b) atores: enfoca em contas ou canais específicos que são reincidentes em campanhas organizadas de disseminação de ódio e de ações antidemocráticas, também

com gradações de penas entre a suspensão temporária, *shadowban* – exclusão das contas dos resultados de pesquisa (West, 2018) – e o banimento permanente, também conhecido como deplataformização (Rogers, 2019).

Durante a pandemia de Covid-19, a discussão em torno da ordem da desinformação e os esforços de moderação das plataformas de mídias sociais tomou contornos de saúde pública. Diversos estudos apontam com robustez empírica a disseminação de desinformação e teorias da conspiração nos meios digitais (Araújo e Oliveira, 2020; Bruns *et al.*, 2020; Machado *et al.*, 2020; Oliveira, 2020; Soares *et al.*, 2020; Recuero, Oliveira *et al.*, 2021; Soares e Vinhas, 2021). As plataformas ampliaram seus termos e políticas de remoção de conteúdo, a fim de lidar com informações imprecisas sobre a Covid-19. Em particular, o Youtube intensificou as políticas de moderação de vídeos sobre curas e remédios milagrosos e de restrição da monetização (Fonseca e d'Andréa, 2020). Embora essas medidas tenham algum impacto em reduzir o alcance de informações incorretas, somente 15 a 50% recebe alguma avaliação e, em alguns casos, isso acontece semanas depois de sua distribuição (Papakyriakopoulos, Serrano e Hegelich, 2020).

O movimento *alt-tech*: replataformização e sites paralelos

As pesquisas sobre moderação de conteúdo estão concentradas nas plataformas digitais controladas pelas gigantes de tecnologia, o que se justifica em razão do tamanho da audiência e do impacto de suas políticas, que funcionam como referência para outras empresas (Gillespie, 2018). Todavia, as redes de extrema direita e de desinformação se organizam a partir de ecossistemas e infraestruturas digitais que interligam plataformas *mainstream* e periféricas (Baele, Brace e Coan, 2020) por meio de táticas de convergência de plataformas (Davey e Ebner, 2017). Nesse trecho, apresentaremos como as políticas e a deplataformização geram reações do movimento *alt-tech* que aprofunda as complexidades do ecossistema informacional digital com implicações diretas para a circulação de desinformação sobre a Covid-19.

O surgimento e a consolidação do movimento *alt-tech* no final da década de 2010 é consequência da radicalização da *alt-right* nos Estados Unidos e de disputas discursivas pelas janelas do que é aceito nas mídias sociais (Donovan, Lewis e Friedberg, 2018). Depois de demons-

trações públicas de supremacistas como em Charlottesville, organizadas por redes de extrema-direita em plataformas como Facebook, Youtube e Twitter, as plataformas enrijeceram as políticas de moderação contra o discurso de ódio, banindo lideranças da *alt-right* como Alex Jones e Milo Yiannopoulos. Certamente, o caso mais significativo de deplataformização foi a exclusão das contas do ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump do Facebook e do Twitter por incitar a tentativa de golpe e o ataque terrorista ao Capitólio. No Brasil, temos exemplos recentes da exclusão de perfis de canais bolsonaristas que espalham teorias da conspiração antidemocráticas, como o Terça Livre^[4], ou por ordem do Supremo Tribunal Federal, como Allan dos Santos, Bernardo Küster, Oswaldo Eustáquio e Sara Winter.

As evidências sobre a eficácia da deplataformização de lideranças de movimentos ou de comunidades de extrema-direita ainda são escassas, mas demonstram uma redução na capacidade de mobilização e monetização desses grupos. De um lado, são conhecidas as tentativas de desobedecer o banimento por meio de contas sobressalentes e táticas de alteração de metadados^[5]. De outro, o banimento reduziu significativamente a audiência de líderes da *alt-right* como Alex Jones e Milo Yiannopoulos (Rogers, 2019), cortando metade da audiência do portal InfoWars^[6]. Estudos acadêmicos apontaram que a exclusão de grupos que quebraram a política anti-assédio do Reddit reduziu em até 80% o nível de discurso de ódio (Chandrasekharan *et al.*, 2017), enquanto que a intervenção do Twitter praticamente anulou a presença de terroristas e apoiadores do Estado Islâmico (Conway *et al.*, 2019).

Em 2017, desenvolvedores simpatizantes da *alt-right* formaram a Alliance for Alt-Tech, visando replataformizar as ideias de extrema-direita criando as próprias plataformas sem moderação. Estas tecnologias são, em grande medida, clones ou imitações das funcionalidades das mídias sociais estabelecidas, por exemplo, o Gab é uma cópia extremista de Twitter e Reddit que oferece a promessa de liberdade de expressão irrestrita; também existem casos de infraestruturas para financiamento, como o Hatreon, e de relacionamento, como o WASP. Mapeamento do ecossistema de plataformas

alternativas realizado por Rogers (2019) identificou um “canto sombrio” da internet, formado por aplicativos como o BitChute (mímica do Youtube), Minds, Gab e Telegram. Já Ebner (2019) classifica quatro tipos de tecnologias alternativas: a) criações nativas de grupos extremistas com fins de mobilização política; b) sistemas ultra-libertários feitos em busca de lucro; c) plataformas sequestradas pelos extremistas – mas que ativamente tentam combater o discurso de ódio; e d) plataformas periféricas como os *chans* que não se engajam em esforços de moderação.

As iniciativas *alt-tech* de desenvolvimento de um aparato sociotécnico alternativo às gigantes de tecnologia foram fundamentais para a continuidade do movimento de extrema-direita nos Estados Unidos (Donovan, Lewis e Friedberg, 2018:54). A replataformização, ou migração conduzida entre plataformas, é uma tática para criar espaços de sociabilidade e de informação próprios, que produzem “irrealidades”, quebras epistêmicas e lógicas internas de comunidades largamente desconectadas do “mundo real” (Ebner, 2019). O BitChute, por exemplo, é um site de hospedagem de vídeos que abriga os deplataformizados, onde são propagadas teorias da conspiração, desinformação e discurso de ódio (Labarbera, 2020).

No entanto, ainda que se trate de tecnologias alternativas que prometem espaços que não se submetem à moderação de conteúdo, elas estão, invariavelmente, inseridas nos contextos sociotécnicos e econômicos da sociedade da plataforma (Van Dijck, Poell e de Waal, 2018). Isso porque esses sites dependem da infraestrutura da web e de outros serviços para funcionarem, o que cria diversos conflitos de valores e disputas de poder. Donovan, Lewis e Friedberg (2018) chamam os sistemas *alt-tech* de portas paralelas exatamente porque não agem de forma isolada em relação à arquitetura da web. Os autores comentam que os gestores do Gab foram obrigados a banir um neonazista em resposta a pressões de provedores europeus de internet. Mais recentemente, o Parler e outros aplicativos foram deplataformizados de lojas de aplicativos e sistemas de pagamento por descumprir políticas de moderação de conteúdo^[7], o que fez seus usuários migrarem para o MeWe e o Rumble.

[4] A deplataformização do Terça Livre teve pouco efeito em desarticular a comunicação de extrema-direita no Youtube, considerando a proliferação dos canais. Ver informações e dados em: <https://nucleo.jor.br/media/2021-02-11-terca-livre-youtube-banido-bolsonarismo> Acesso em 22 de novembro de 2020.

[5] Ver mais em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/07/24/bolsonaristas-contornam-ordem-do-stf-e-mudam-localizacao-para-continuar-postando> Acesso em 22 de novembro de 2020.

[6] Mais informações em: <https://www.nytimes.com/2018/09/04/technology/alex-jones-infowars-bans-traffic.html>? Acesso em 22 de novembro de 2020.

[7] Mais informações em: <https://fortune.com/2021/01/11/mewe-gab-rumble-growth-parler-trump-bans-social-media-violence/> Acesso em 22 de novembro de 2020.

Assim, não podemos desconsiderar ecossistemas de plataformas como infraestruturas que se acoplam e trocam protocolos e dados, mas também estão em convergência a partir da ação tática de movimentos que conectam tecnologias para atingir determinados objetivos. Davey e Ebner (2017) analisaram as táticas de neonazistas que organizam seus simpatizantes em tecnologias alternativas como os *chans*, funcionando como os bastidores para coordenar ações de espalhamento de memes e de tempestades de ódio em mídias sociais como Facebook e Twitter. Rogers (2019), principalmente, demonstra que o ecossistema de extrema-direita é dependente de plataformas *mainstream*, que se tornam espaços de amplificação do discurso e recrutamento de novos adeptos. Lukito (2019) evidencia práticas da campanha de desinformação russa coordenada Internet Research Agency (IRA) com foco na audiência estadunidense, usando o Reddit como espaço de teste para mensagens a serem amplificadas no Twitter.

Nesse sentido, a principal contribuição deste artigo é oferecer uma análise empírica sobre infraestruturas de desinformação (Gray, Bonegru e Venturini, 2019), estudando táticas de espalhamento de notícias falsas sobre a pandemia de Covid-19 por meio de da coordenação do cruzamento de plataformas *mainstream* e periféricas.

Metodologia

A pesquisa empírica se fundamenta nas técnicas de repropósito de métodos digitais do “*A Field Guide to Fake News and other Informational Disorders*”, elaboradas para rastrear, organizar e analisar desinformação no ambiente digital (Bonegru *et al.*, 2017). O livro parte de discussões teóricas e ferramentas de métodos digitais para oferecer procedimentos para investigar diferentes aspectos da desordem informacional. Particularmente, a proposta busca ir além do conteúdo e entender as infraestruturas digitais e circuitos em uma abordagem cenográfica sobre as *fake news* (Gray, Bonegru e Venturini, 2019). Segundo a autora e colaboradores: “notícias falsas podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos das infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam sua circulação” (Bonegru *et al.*, 2017:08).

Dessa forma, enquadrámos os questionamentos

deste trabalho a partir da proposta teórico-metodológica de Bonegru e colegas (2017) de articulação das *fake news* com discussões da cultura digital. Ela sugere três perguntas: a) quem compartilha – visa entender quais públicos se engajam no espalhamento das notícias falsas; b) como circula – rastreamento de como a notícia falsa se originou e em quais sites foram transmitidas; e c) quais mecanismos de rastreamentos estão programados no site – busca levantar informações sobre instrumentos de aferição e monetização do conteúdo.

Coleta de dados

O percurso metodológico desta pesquisa começou a partir de outro estudo em andamento sobre a circulação de desinformação acerca de remédios ineficazes contra a Covid-19. Na lista de sites identificados, chamaram a atenção alguns *links* com domínios confusos e aparentemente estrangeiros como: Bake8523 e VeveChat^[8]. À primeira vista, eram sites de hospedagem de vídeo com interface muito similar ao Youtube com conteúdo publicado por pessoas, aparentemente utilizando-se de pseudônimos. A estrutura dos sites Bake8523 e VeveChat é exatamente igual, com as mesmas abas e informações, mas logotipos e nomes distintos. São clones que atuam como repositório de vídeos com manchetes chamativas, muitas das quais seriam removidas de plataformas *mainstream*.

Nessa pesquisa, oferecemos um olhar detido em sites como Bake8523 e VeveChat e suas cópias. Para isso, utilizamos os instrumentos de busca Google e Bing para encontrar outras versões clonadas. Inserimos os textos de apresentação dos websites em mecanismos de busca com diferentes configurações avançadas e o *safe search* desativado a fim de levantar o maior número possível de websites. Com isso, encontramos 16 portais em funcionamento entre agosto e dezembro de 2020:

- <http://br.bake8523.com>
- <http://br.equipedados.com>
- <http://br.onedayabc.com>
- <http://br.daapower.com>
- <http://vevechat.com>
- <http://bnnspace.com>
- <http://melhoresaqu.com>

[8] Na extração de dados anterior, buscamos por publicações que citam a cloroquina e contamos os links mais comuns. Bake8523 e VeveChat chamaram a atenção por serem muito citados em grupos de Facebook e pela arquitetura informacional peculiar que copia o Youtube. A partir daí, procuramos websites da mesma rede.

- <http://vovostar.com>
- <http://tokevideos.com/>
- <http://br.didiadidia.com>
- <http://br.kokoinfo.com>
- <http://eryq7984.com>
- <http://br.nanawait.com/>
- <http://76gogonews.com/>
- <http://qaafunny.com/>
- <http://onenews365.com>

Num segundo momento, aplicamos o Tracker Tracker^[9], ferramenta de coleta de dados desenvolvida pela Digital Methods Initiative (DMI), para identificar rastreadores e aplicativos de terceiros no código-fonte. Segundo Gray, Bonegru e Venturini (2019), essa é uma forma de identificar táticas de comoditização da atenção e monetização do conteúdo pela exposição de anúncios nas páginas. Também extraímos dados sobre o tráfego e o fluxo de aquisição pela SimilarWeb, extensão gratuita para Google Chrome, para aferir a visibilidade dos websites e quais são seus principais canais de acesso.

O Crowdtangle foi a fonte de dados da circulação dos domínios nas mídias sociais. Para tanto, criamos listas personalizadas na interface gráfica do aplicativo com os domínios listados acima e coletamos os posts de páginas e grupos públicos que citaram os *links* com o maior retrospecto histórico possível. Inicialmente, a proposta era de extrair dados de Facebook, Twitter, Instagram e Reddit pelo Crowdtangle. Todavia, encontramos resultados de publicações apenas do Facebook (n = 50.846). Essa listagem de vídeos aborda diversos assuntos, como entretenimento, automóveis, violência e política. Para os fins deste artigo, filtramos as publicações que mencionam textualmente no título ou descrição os termos: “covid”, “coronavírus”, “pandemia”, “cloroquina” e “vacina”, recortando uma amostra de n = 3.890.

Essas 3.890 publicações possuíam 780 urls únicas para os 16 portais listados acima. Em seguida, realizamos uma última extração^[10] de dados para rastrear as publicações dos 780 links no Facebook pelo pacote cooRnet (Giglietto *et al.*, 2020). Assim, o banco de dados final desse artigo é de 11.384 publicações. O cooRnet também implementa medidas para estudar a temporalidade do espalhamento dos links. A proposta dos autores é

identificar comportamentos inautênticos de coordenação para o espalhamento de desinformação no Facebook por meio da análise dos padrões temporais de publicação de pares de *links*. O algoritmo dos autores funciona em duas etapas: a) inautenticidade) identifica os *links* que foram compartilhados de forma quase simultânea; e b) coordenação: quais foram os atores que compartilharam repetidamente os *links* nesses curtos períodos de tempo. A replicação do método busca compreender se o espalhamento desses websites no Facebook possui características de coordenação inautêntica, o que pode apontar para uma estratégia de apropriação da plataforma para geração de tráfego e monetização nos sites-clones.

Resultados

A exposição dos resultados será dividida em duas partes. A primeira introduz o objeto empírico e detalha as análises realizadas sobre os websites. A segunda trata especificamente da disseminação dos *links* no Facebook para gerar visualizações.

Rede internacional de hospedagem de vídeos sem moderação

O objeto desse artigo é uma rede de sites clones hospedados em infraestrutura chinesa e que republica automaticamente vídeos produzidos pela imprensa brasileira adicionando manchetes sensacionalistas para gerar cliques. Os websites foram criados no final de 2019 e estão em serviço no servidor Alibaba Cloud Computing Co. Ltd^[11]. A arquitetura dos 16 sites é exatamente igual entre si e muito parecida com o Youtube, com abas para os vídeos populares, mecanismo de recomendação e *plugin* de comentários conectado à API do Facebook. A apresentação na aba “Sobre Nós” lista princípios de liberdade de expressão e define o website como “uma organização global de mídia e temos localizações em muitos países ao redor do mundo. Nosso trabalho cria engajamento real do público e, afeta o mundo real” (Bake8523, 2020:s/p). Não está disponível nenhuma informação sobre qual é a organização de mídia que opera as plataformas, bem como seus vínculos comerciais ou responsáveis legais. Embora haja um espaço para

[9] Disponível em: <https://tools.digitalmethods.net/beta/trackerTracker/> Acesso em 06 de janeiro de 2021.

[10] Nesse caso, a coleta de dados foca particularmente nas publicações que a Crowdtangle API retorna mencionando os links da pesquisa. É uma forma de expandir a busca inicial realizada pela interface gráfica do Crowdtangle no navegador.

[11] Informações de registro fornecidas pela *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN).

o usuário se cadastrar e potencialmente enviar seu conteúdo, os vídeos seguem um padrão bastante similar e são publicados por pseudônimos como “Amadou 2435”.

As funcionalidades, arquitetura da informação e design são muito similares ao YouTube. Na homepage, há uma lista de vídeos em destaque e um menu lateral para navegar por menus como Popular Agora, Assinaturas e Biblioteca de Mídia. Além disso, no canto superior direito, há a opção de cadastramento no website.

Também há os menus: Sobre Nós, Política e Segurança, Direitos Autorais, Direito à Privacidade e Termos. No rodapé da página, há um termo de isenção de responsabilidade em que a plataforma afirma publicar os vídeos automaticamente e que não verifica a veracidade das informações.

Este site opera [sic] upload artigos em tempo real. Não assume nenhuma responsabilidade legal pela autenticidade, integridade e posição de todos os artigos. O conteúdo de todos os artigos representa a opinião pessoal dos redatores e não é a posição deste site. O usuário não deve confiar no conteúdo, mas deve julgar a autenticidade do conteúdo à sua própria. Os redatores têm o direito de escrever artigos neste site. Como o site está sujeito ao modo de operação “publicação em tempo real”, portanto, o sistema não pode verificar todos os artigos a tempo. Se você encontrar um problema, deixe uma mensagem ou entre em contato conosco. O site tem o direito de excluir qualquer conteúdo e rejeitar a publicação de qualquer pessoa e também o direito de não excluir o artigo. Nunca escreva linguagem ofensiva, calúnia, violência pornográfica ou ataques pessoais. Este site reserva todos os direitos legais (Bake8523, 2020:s/p).

A interface gráfica dos vídeos também é bastante similar à do YouTube. O vídeo em exibição fica destacado na esquerda da tela e no canto direito, estão as recomendações elaboradas pela plataforma. Além disso, há duas inserções de publicidade programática da empresa estadunidense MGID. Abaixo do vídeo, estão as informações sobre o canal, quantidade de visualizações, autoria da publicação e caixa de comentários. No exemplo abaixo, retirado do site Onedayabc^[12], o conteúdo é uma

reportagem do Jornal TV Record^[13], publicada em 18 de maio, sobre protocolo do Ministério da Saúde para uso da cloroquina como tratamento para a covid-19.

Análise do Tracker Tracker encontrou rastreadores do Google Ad Services, DoubleClick e Google Analytics, indicando a monetização das visualizações dos vídeos pelo serviço de anúncios comerciais distribuídos programaticamente pelo Google (Hindman, 2018). Já o SimilarWeb aferiu uma média de 320 mil visitas por mês, das quais 56% vieram de Taiwan e 21,6% do Japão. Em buscas pelo domínio no Twitter, encontramos versões do site feitas em chinês, japonês e inglês, o que sugere uma operação internacional de desinformação que se replica em contextos locais distintos (Lukito, 2019).

A aquisição é extremamente concentrada: 79% dos acessos vêm das mídias sociais, 20% de visitação direta e menos de 1% de mecanismos de busca. Durante a coleta de dados, desativamos o filtro de Safe Search da Google para encontrar os websites, sugerindo que estão classificados como fontes de *spam* ou de desinformação. Esses dados apontam para uma dependência quase exclusiva da distribuição em mídias sociais, sendo que o Facebook concentra 67% e o Twitter 33%, o que é muito acima de estudos sobre portais de *fake news* (Alcott e Gentzkow, 2017). Além disso, utilizamos o mecanismo de busca do Google para rastrear a circulação de vídeos específicos na web, como: “Fim do Coronavírus chegando! Estudo projeta data do término do pico da pandemia no Brasil e traz esperanças”. Encontramos publicações que divulgam os *links* em sites anônimos de *fake news*, como Plantão Ao Vivo e Brasil Acontece.

O conteúdo do site difere de estratégias de repositórios de vídeos desenvolvidos pela *alt-right* como o BitChute. (Linus, 2019). Durante o período de leitura do material empírico, não encontramos conteúdo gerado por usuários. Na prática, a tática é de fabricar canais e perfis que postam, de forma padronizada, trechos de vídeos retirados de programas de televisão do Brasil, com um título distorcido ou falso. É comum que esse título tenha pouca ou nenhuma relação com o vídeo. Não é objetivo deste artigo realizar uma análise de conteúdo sistemática do material coletado, mas a leitura dos dados e a visita aos websites para assistir os vídeos indica que há uma linha editorial que se aproxima bastante de tabloides sensacionalistas, como fofocas sobre artistas, notícias escandalosas sobre crimes, efemérides religiosas e política.

[12] Disponível em: http://br.didiadidia.com/doc_NFI2SUxQeW84aTY5L040S3ZLc0hzQT09. Acesso em 10 de agosto de 2021.

[13] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MTI00RsEthM>. Acesso em 10 de agosto de 2021.

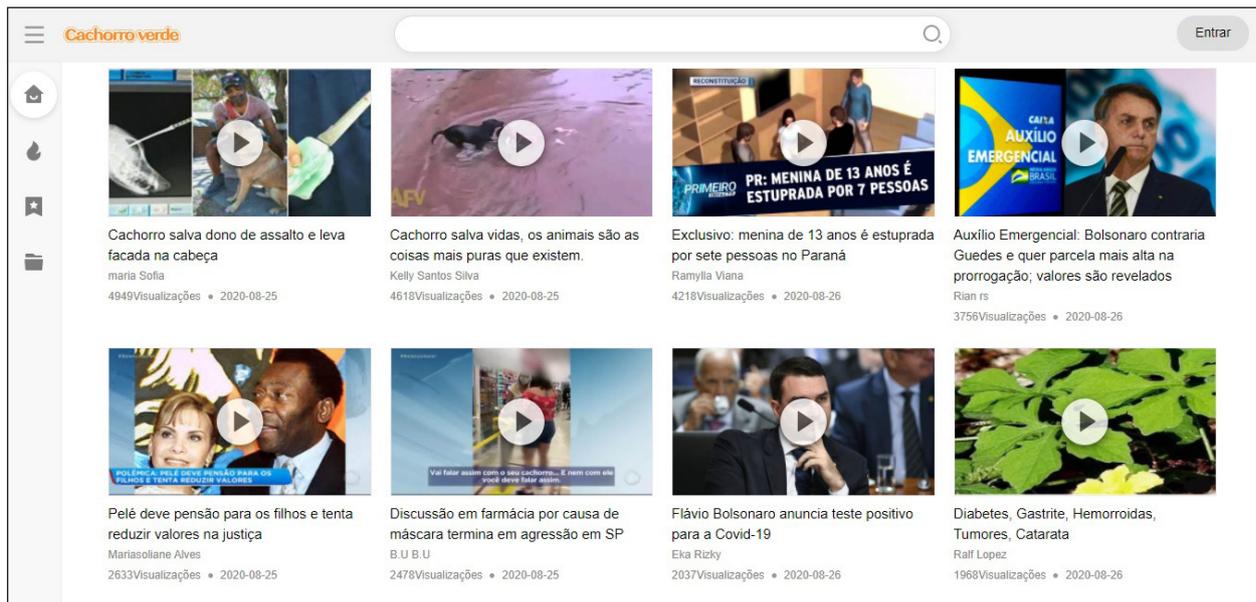


Figura 1. Detalhe do design e da arquitetura da informação dos sites clones.

Fonte: Captura de tela do website Bake8523



Figura 2. Interface dos vídeos, inserção de publicidade programática e recomendações.

Fonte: Captura de tela do website Onedayabc

No exemplo abaixo, o vídeo é uma imagem estática e o áudio é uma leitura gerada por ferramenta de leitura em voz alta. A máquina lê uma entrevista concedida em 25 de março de 2020 por Michael Levitt, professor da Faculdade de Medicina de Stanford e vencedor do Prêmio Nobel em 2013, afirmando que “a situação real não é tão terrível quanto parece. Nós vamos ficar bem”^[14].

Nem tudo é estritamente falso, mas usam diferentes graus e estratégias de manipulação (Wardle, 2018). Dessa forma, vídeos reais, frequentemente de telejornalismo, são enquadrados com títulos que apelam para a curiosidade e para as emoções, frequentemente repetindo termos como tristeza ou felicidade (Young, 2021). Os vídeos podem ser interpretados pelo conceito de integração discursiva que mistura gêneros e aspectos de erros factuais, enviesamento, sensacionalismo e iscas de cliques: “a maioria do conteúdo analisado não contém fabricações completas, mas mostraram uma mescla de gêneros, combinando notícias, entretenimento e opinião” (Mourão e Robertson, 2019). Isso pode ser verificado na Tabela 1:

No entanto, existem manchetes que remetem ao que Ebner (2019) chama de “irrealidade paralela”, ou seja, um ambiente informacional surreal e completamente divorciado da realidade, como: “Acabou a farra do Coronavírus! Boas notícias, fim do coronavírus no Brasil já tem data e tudo pode voltar ao normal ‘Vamos vencer’”; “Será a Cura? Brasil anuncia remédio com 94% de eficácia contra o covid-19 e testes começaram em 500 pacientes; “Novo estudo prova eficácia da cloroquina contra Covid”; e “Boa notícia: Estudo descobre 21 remédios que podem bloquear o coronavírus e data para o fim do Covid-19 pode chegar ‘Vamos vencer!’” (Bake8523, 2020:s/p). Os títulos são acompanhados de notícias de telejornais sobre a pandemia no Brasil, geralmente, com chamadas manipuladas.

Identificando coordenação inautêntica no Facebook

Como gerar acesso para uma rede de sites clonados que fabricam manchetes distorcidas ou inverídicas? De um lado, há uma opção por não hospedar nativamente os conteúdos em plataformas *mainstream* a fim de evitar a moderação das plataformas. De outro, a dispersão da estratégia em vários websites dificulta o registro e o tagueamento dos domínios, na medida em que há muita rapidez em replicar os vídeos. Nesse trecho, detalharemos os resultados do estudo sobre quais espaços disseminam

e geram interações sobre esses *links* no Facebook.

No total, os posts geraram 1,3 milhões de interações, das quais 283,9 mil são comentários, uma média de 24,9 por postagem. Interessante notar o papel dos grupos do Facebook como espaços que geram a grande maioria das interações com esses vídeos. Embora os grupos tenham recebido 52,3% dos *links*, o percentual de reações, comentários e compartilhamentos atingiu 74%. Nesse sentido, os achados se acumulam às evidências empíricas de Soares *et al.* (2020b), enfatizando também a participação mais intensa em grupos do que em páginas. A média de interações foi quase três vezes superior em grupos: 162 contra 66.

Então, é fundamental entender melhor quais são os caminhos de disseminação desses links na plataforma. Quais são os grupos e páginas sistematicamente apropriados para receber o conteúdo manipulado? A Tabela 2 apresenta um resumo indicando a quantidade de publicações, soma de reações, comentários e compartilhamentos, bem como o total de usuários inscritos nesses grupos do Facebook.

O principal aspecto a se destacar é que não há majoritariamente uma politização da circulação desses links, o que diverge da conversação sobre a pandemia em outras plataformas (Araújo e Oliveira, 2020). Muito embora haja grupos e páginas de apoiadores de Bolsonaro, eles não são responsáveis pela maior parte dos posts e interações. Esse é um indício de que a operação dos websites não é dedicada primordialmente a embasar disputas discursivas de movimentos políticos. O caráter periférico de comunidades políticas sugere que simpatizantes e apoiadores selecionam esses *links* para divulgar em grupos pró-Bolsonaro, talvez sem coordenação direta com a estratégia dos websites.

Analiticamente, podemos organizar três categorias de grupos e páginas que são centrais para a disseminação dos vídeos na plataforma:

a) religião, auto-ajuda e frases: a maior parte das interações e publicações dos vídeos foi feita em grupos que remetem às crenças religiosas de modo geral, sem nenhuma vinculação com alguma prática específica. É de se destacar, por exemplo, que o grupo Orações e Bênçãos Fábio Teruel, com mais de 500 mil inscritos, teve 80 posts sobre a pandemia de Covid-19 com 91 mil interações. Teruel é um evangelizador de Osasco com enorme presença digital e casado com a vereadora de São Paulo Ely Terruel. Esse padrão se repete em outros espaços, como Bíblia, Padre Marcelo Rossi, Padre Fábio de Melo, Ana Paula Gomes, Cheios da Graça, Louvores Brasil, Ninguém Explica Deus, Nossa Senhora da Aparecida, entre outros e ressoa a instrumentalização da fé para

[14] Disponível em: http://br.onedayabc.com/doc_aVRubXM5eHY1c2ZrNWVWbDZVNDRWZz09. Acesso em 10 de agosto de 2021.

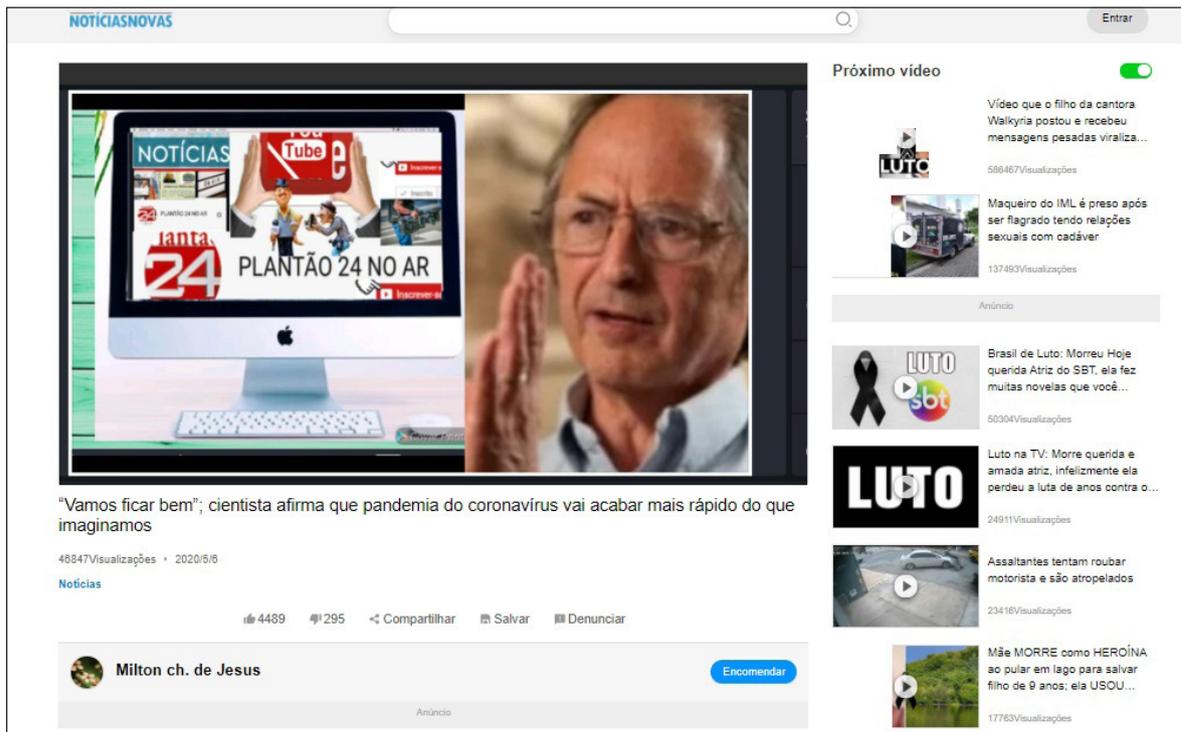


Figura 3. Vídeos com falsas promessas otimistas.
Fonte: Captura de tela do website Onedayabc

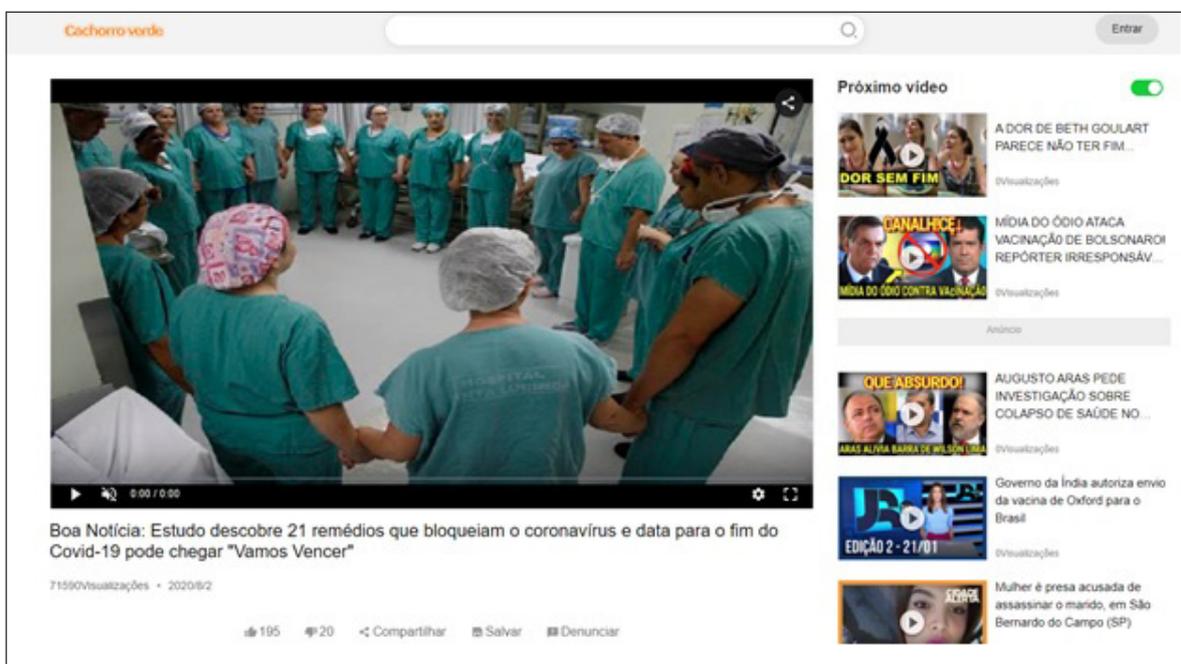


Figura 4. “Boa notícia: Estudo descobre 21 remédios que podem bloquear o coronavírus e data para o fim do Covid-19 pode chegar ‘Vamos vencer!’”.
Fonte: Captura de tela do website Bake8523

Título	Posts	Interações	Páginas ou Grupos
Boa notícia: SUS já tem data para receber vacina e fim do coronavírus já tem data no Brasil "Vamos vencer"	372	106.976	180
Estudo indica que pandemia no Brasil chegará ao seu fim em agosto	320	92.815	146
Gésio Amadeu, o chefe Chico de Chiquititas, morre aos 73 anos, vítima de covid-19	170	87.334	120
Obrigado a todos que oraram por mim, eu estou bem e estou em paz. Diz o Presidente Bolsonaro que deu positivo com o covid-19	79	45.546	48
Bolsonaro está curado!! Presidente faz novo exame e testa negativo para covid-19.	62	45.284	41
No momento do enterro do pai, filhos são avisados de que a mãe acabou de falecer no hospital, ambos vítimas de covid-19	193	44.034	115
Urgente: teste para coronavírus de Bolsonaro dá positivo e presidente está isolado	157	43.604	106
Acabou a farrá do Coronavírus! Boas notícias , fim do coronavírus no Brasil já tem data e tudo pode voltar ao normal "Vamos vencer"	365	39.314	179
Moradores compram 3 mil picolés para ajudar dono de sorveteria que teve energia cortada por conta da pandemia	75	27.923	49
Anvisa dá ótima notícia sobre liberação de vacina contra a Covid-19 e traz grandes esperanças para o Brasil	114	24.339	46
Aos risos, Bolsonaro publica vídeo tomando hidroxicloroquina e dispara: 'eu confio, e você?' Assista!	130	23.933	90
Globo Corta Secretário De Saúde Que Falou "cloroquina " (veja o vídeo)	85	23.718	63
Boa Notícia: Estudo descobre 21 remédios que bloqueiam o coronavírus e data para o fim do Covid-19 pode chegar "Vamos Vencer"	128	20.660	61
Vidente Carlinhos detona Bolsonaro "quero que Deus mostre pra ele o que é sofrer com coronavírus"	139	20.561	67
Notícia mais esperada do ano! Vacinação em massa contra Covid-19 é anunciada para Outubro	141	18.883	52
Garoto de 7 anos disse que Deus deu a ele um sonho onde um Leão e cordeiro esmagava o coronavírus	101	18.846	72
Depois de 20 dias internado, médico recém-formado morre aos 26 anos por covid-19	53	17.373	42
Boa Notícia; Estudo indica que pandemia no Brasil chegará ao seu fim em agosto, Glória a Deus! Amém!	29	16.973	20
Tristeza: O Brasil ora por Malvino Salvador e sua esposa grávida que testaram positivo para covid-19 e agora teme pela vida das sua filha "Orem pela gente"	263	15.118	81
O menino que previu a pandemia no mundo diz que em dezembro haverá outra catástrofe global	686	13.681	195
Com Sintomas sérios de Covid-19, Bolsonaro faz novo teste, febre chega a 38°C e presidente já toma hidroxicloroquina	49	12.082	41
COVID-19: Brasil chega a 500 mil recuperados do coronavírus - VEJA O VÍDEO!	14	11.301	14
Será a Cura? Brasil anuncia remédio com 94% de eficácia contra o covid-19 e testes começaram em 500 pacientes	33	10.452	23
Novo coronavírus causa grave inflamação em algumas crianças e médicos alertam	79	8.990	35
COVID-19: vacina dos EUA alcança resultados positivos e avança para última fase de testes	304	8.749	148
Jornal Nacional mostra Bolsonaro doente e desmoralizado em todo o mundo: "é só uma gripezinha" – Vídeo	50	8.442	37
Luto: "Meu pai só saiu para ir ao mercado", desabafa filha de homem que faleceu vítima da covid-19 "Esse vírus está acabando com as famílias"	149	7.736	69
Fim da Coronavírus Chegando! Estudo projeta data do término do pico da pandemia no Brasil e traz esperanças; Assista ao Vídeo	45	7.600	45
Vacina contra o coronavírus chega ao Brasil nesta segunda-feira; Boas Notícias!	14	7.480	13
Novo estudo prova eficácia da cloroquina contra Covid	40	7.037	38

Tabela 1. Títulos de vídeos que geraram mais reações, comentários e compartilhamentos no Facebook.

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Crowdtangle

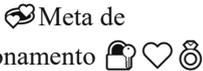
Nome	Posts	Interações	Tipo	Inscritos
Triste	2	160.498	Página	2.123.967
Orações e Bençãos Fábio Teruel	80	91.608	Grupo	507.094
COISAS MAIORES	111	42.309	Grupo	890.576
CHEIOS DA GRAÇA	91	33.638	Grupo	1.077.208
Bíblia Online 	63	32.333	Grupo	1.117.196
Divino Pai Eterno	120	30.338	Grupo	361.660
Padre Fabio de Melo - Mensagens de Deus	14	24.937	Grupo	825.808
GERSON RUFINO	84	23.434	Grupo	675.463
Unidos Em Cristo	28	23.256	Grupo	254.214
Padre marcelo Rossi	133	21.695	Grupo	182.705
DEIVE LEONARDO	70	20.635	Grupo	721.258
SIMONE E SIMARIA	50	20.319	Grupo	174.940
Juntos com Fabio Teruel	70	19.337	Grupo	135.074
Frases do Padre Alessandro Campos	22	19.246	Grupo	124.177
Nossa Senhora Aparecida	127	19.229	Grupo	217.307
Frases Do Fábio Teruel	156	19.084	Grupo	275.297
TV Bolsonaro Presidente	4	17.859	Página	83.039
ANA PAULA GOMES	60	16.927	Grupo	174.129
Reflexões de Vida	13	16.919	Grupo	326.839
Geraldo Luís Admiradores Brasil Online	27	15.151	Página	391.921
Padre alessandro campos	128	15.098	Grupo	173.367
DEUS É DEUS FRASES	52	14.991	Grupo	411.137
 Meta de Relacionamento   	48	14.443	Grupo	542.930
Brasil Urgente Notícias	21	14.129	Grupo	208.830
Padre Fábio de Melo	45	13.286	Grupo	329.199
Ei, Boy	3	12.592	Página	3.233.185
Cidade Alerta	32	10.009	Grupo	165.937
SARAH FARIAS	42	9.650	Grupo	107.944
Frases Padre Alessandro Campos  	36	9.311	Grupo	0
Ninguém explica Deus	14	9.146	Página	2.125.024

Tabela 2. Grupos e páginas que mais receberam publicações com os links dos websites.

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Crowdtangle

facilitar a propagação de desinformação, também encontrada no Youtube (Oliveira, 2020; Machado *et al.*, 2020);

b) entretenimento: são grupos organizados por fãs de artistas e celebridades como Simone e Simaria, Gustavo Lima e Léo Dias, gêneros como Sertanejo e variedades, como Receitas Fáceis, Fofocalizando, Belas Cifras, Nomes Delicados, Piores Prints, Coisas de Mulher, Quem tá vivo curte, Caguei pra vida, vou fazer meme, entre outros. São comunidades engajadas e com muitos inscritos, como o grupo Receitas Fáceis com 5,6 milhões de membros e Belas Cifras com 5,4 milhões. Nesse sentido, é uma técnica da captura da atenção em rede para fins de desinformação e de direcionamento de tráfego (Venturini *et al.*, 2019).

c) notícias: encontramos muitos espaços de divulgação de notícias como: Cidade Alerta, Brasil News, G1 da Depressão, Brasil Urgente Notícias, Caminhões, Notícias e Entretenimento, e alguns com foco local, como: Notícias 24 horas Ceará, Plantão De Notícias Niterói, Notícias do Maranhão, Notícias Pará (Expresso), Santa-rém Notícias, Plantão Piauí Notícias, entre outros.

Por fim, a análise realizada a partir do algoritmo de detecção de coordenação de atividade inautêntica (Giglietto *et al.*, 2020) indicou que 16,4% das urls foram disseminadas pelos grupos e páginas de forma articulada com um intervalo estimado de 8 segundos. Isso quer dizer que 238 links foram postados em vários grupos diferentes do Facebook em intervalos curtíssimos de tempo. Essa é uma taxa de coordenação mais de duas vezes superior à reportada pelos autores na Itália. Dada a natureza sombria e desconhecida dos websites, muitos estão desindexados do Google e recebem aproximadamente 80% do tráfego vindo de mídias sociais, é muito pouco provável que essas postagens em pouquíssimo espaço de tempo sejam efeito de viralização e de participação desarticulada dos membros dos grupos.

A fim de ilustrar esse padrão de compartilhamento, aplicamos uma análise temporal das publicações do *link* do vídeo intitulado “Novo estudo prova eficácia da cloroquina contra Covid”. A Figura 1 exibe o gráfico de atividade de compartilhamento de *links* (Giglietto *et al.*, 2020): cada ponto é um post e o tamanho da circunferência indica a quantidade de inscritos no grupo ou de seguidores na página. A marcação em vermelho classifica que houve coordenação entre as publicações e destacamos os nomes de 10 grupos ou páginas que geraram mais interações.

A circulação do vídeo se concentrou no dia 18 de julho de 2020, entre as 15 horas e as 22 horas. O mais interessante é que o padrão de compartilhamento não segue uma tendência contínua, mas é construído, em sua maioria, por três momentos de disseminação. No início da disseminação, quatro publicações acontecem no mesmo minuto, entre

15:45:22 e 15:45:45, ou seja, com menos de meio minuto de diferença, em grupos de religião e receitas. Depois disso, há outro esforço de compartilhamento a partir de 18 horas e 57 minutos. Dessa vez, o foco são grupos políticos, começando com EDUARDO BOLSONARO [OFICIAL] às 18:57:10 e INTERVENÇÃO MILITAR COM BOLSONARO NO PODER às 18:57:51. Esse padrão dedicado inteiramente a grupos de apoiadores de Bolsonaro segue até 19:01:59. Em seguida, às 19:03, muda para grupos religiosos e de artistas, como Juntos com Fabio Teruel e SIMONE E SIMARIA. Chamam muito a atenção os intervalos sem nenhuma publicação do link desinformativo sobre a cloroquina e os esforços concentrados, levantando indícios significativos de articulação da atividade. Ainda que o algoritmo tenha elaborado um corte de 8 segundos para classificar coordenação inautêntica, encontramos diversos exemplos muito próximos desse limite, como o espalhamento nos grupos bolsonaristas.

Os altos índices de coordenação sugerem uma estratégia deliberada de compartilhamento multiplataforma de desinformação (Ebner, 2019). Assim, há uma rede de websites hospedados em servidores chineses que clonam funcionalidades do Youtube e tem vídeos padronizados com títulos chamativos. Esses links são espalhados de forma organizada no Facebook como tática de amplificação da audiência e de monetização da atenção, desafiando os mecanismos de moderação de duas formas. A primeira é a hospedagem de vídeos em sites proprietários que não estão inteiramente sujeitos às políticas das plataformas *mainstream*. A segunda é o desafio da remoção durante a circulação, na medida em que são diversos domínios com cópia do conteúdo e vídeos que não estão nativos no Facebook. Embora essa pesquisa tenha aferido mais de um milhão de interações, o que sugere que não é uma estratégia pequena do ponto de vista da visibilidade, foram raros os *links* de compartilhamento no Facebook visitados durante a pesquisa empírica que estavam desativados e não encontramos nenhum com a sinalização de *fake news*.

Discussão – Replataformização da irrealidade e desafios da moderação

Esse artigo se propõe a demonstrar empiricamente táticas de operação de infraestruturas multiplataformas de desinformação durante a Covid-19. Em cantos sombrios e não indexados pelos buscadores, encontramos uma rede internacional de sites que clonam o Youtube e emulam uma aparência de conteúdo gerado por usuário, mas, na prática, hospedam vídeos com títulos manipulados e informações incorretas sobre

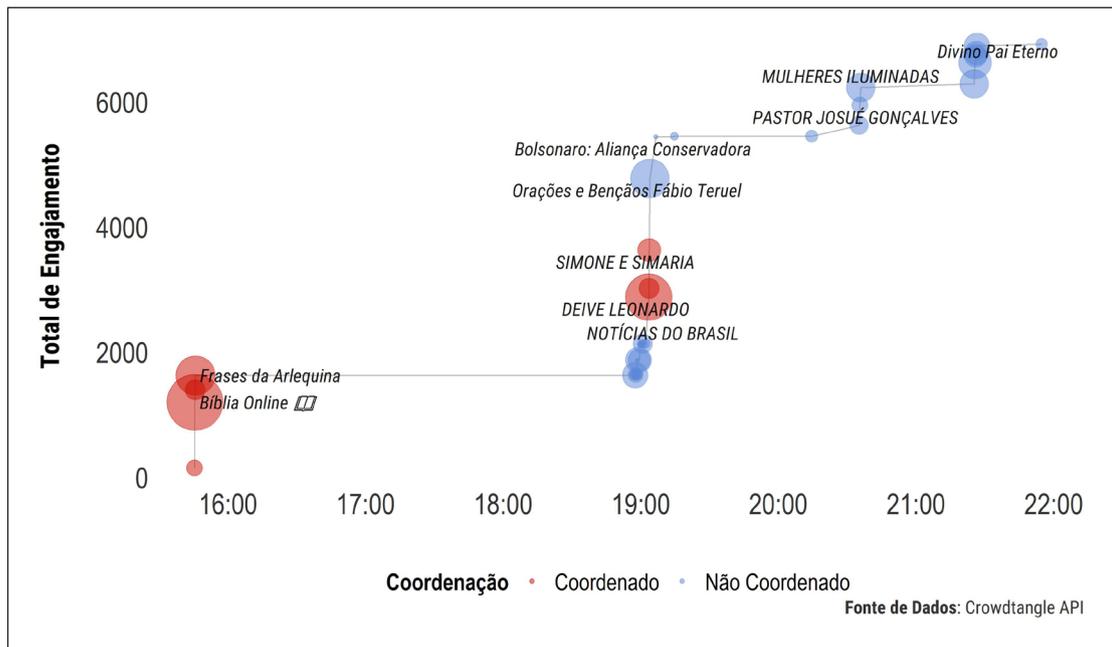


Figura 5. Interações cumulativas a cada publicação.

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Crowdtangle

tratamentos e vacinas. Sem dúvidas, o objeto se destaca pela sua peculiaridade, um fenômeno estranho e desafiador (Gray, Bonegru e Venturini, 2020) que surge pela fragmentação e abundância dos sistemas de comunicação (Bennett e Livingston, 2018; Pfetsh, 2018). Neste trecho final, discutimos as principais contribuições em relação à discussão teórica sobre desinformação, coordenação de atividades inautênticas, replataformização e os desafios da moderação de conteúdo.

A abordagem de infraestruturas da desinformação se dedica a compreender a relação entre artefatos digitais socio-técnicos e a agência humana como condições da circulação da poluição informacional (Venturini, 2019; Gray, Bonegru e Venturini, 2020). A discussão em torno da *accountability* e da governança das plataformas digitais, bem como da moderação de discursos extremistas e notícias fabricadas, majoritariamente se debruça sobre políticas e protocolos das companhias consideradas gigantes tecnológicas (Gillespie, 2018). Em alguma medida, o endurecimento dessas políticas consegue desarticular e reduzir o alcance do discurso de ódio (Chandrasekharan et al., 2017; Conway et al., 2019), enquanto ainda há muito debate e achados contraditórios quanto à sua eficácia e limites no caso de informações incorretas (Andersen e Søe, 2020; Mena, 2020; Papakyriakopoulos, Serrano e Hegelich, 2020).

Em particular, a análise das infraestruturas de desinformação se beneficia de recortes multiplataformas. Estudos

relacionados apontam que a deplataformização e lideranças de opinião e comunidades tóxicas da *alt-right* estimulou o movimento *alt-tech* e a recriação de tecnologias que prometem espaços sem moderação (Ebner, 2019; Rogers, 2019). Todavia, essas plataformas alternativas enfrentam um dilema entre objetivos como de organização, mobilização, recrutamento e mobilização, na medida em que formam câmaras de eco de convertidos (Donovan, Lewis e Friedberg, 2018). As táticas multiplataformas buscam articular diversas instâncias sociotécnicas a fim de gerar interfaces e manter alguma presença em canais *mainstream* (Davey e Ebner, 2017; Rogers, 2019).

Ainda assim, *alt-techs* como Gab, BitChute, Parler e Hatreon são socialmente referenciadas e conectadas a uma ecologia de plataformas, demandando infraestrutura digital de pagamentos e servidores para que possam funcionar. “Nenhum usuário ou plataforma pode agir em isolamento da arquitetura da internet” (Donovan, Lewis e Friedberg, 2018). Neste artigo, investigamos construções tecnológicas mais sombrias e efêmeras que não necessariamente visam oferecer estrutura digital para movimentos de extrema-direita, mas espalhar iscas para cliques, algumas com desinformações graves como informações falsas sobre a cloroquina, e monetizar o tráfego capturado nas mídias sociais via anúncios programáticos (Venturini, 2019). Contudo, devemos salientar que é muito difícil definir o objetivo da operação desses websites. “A análise da

relação entre atividade coordenada e autenticidade destaca as fronteiras apagadas entre motivações ideológicas e econômicas. Entidades que oferecem conteúdo político para seus seguidores enquanto escondem a identidade e intenções são particularmente preocupantes” (Gliglietto *et al.*, 2020, p. 15).

A perspectiva analítica multiplataformas mostra a instrumentalização de grupos com milhões de inscritos no Facebook para divulgação dos links para os vídeos. Isso é feito de forma extremamente organizada e coordenada, com perfis publicando os endereços sistematicamente dentro de poucos segundos em vários grupos. Como Papakyriakopoulos, Serrano e Hegelich (2020) evidenciaram, a moderação das plataformas tem alguma eficácia em mitigar desinformação sobre saúde pública, mas as plataformas não têm recursos para avaliar todos os conteúdos. A estratégia multiplataformas demonstra as fragilidades e desafios da moderação de conteúdo sobre a pandemia de Covid-19, particularmente sobre os tratamentos e a vacina, demandando uma atuação conjunta de diversas empresas e da sociedade (Benchmann, 2020).

Muito embora a deplataformização pelo banimento ou moderação de determinados conteúdos reduzam o alcance da desinformação, esses conteúdos se espalham por outras plataformas digitais. Essa deplataformização, em última análise, acaba reforçando a própria existência do ecossistema de plataformas e da infraestrutura oligopolizada da internet, já que a maior parte da visibilidade daqueles vídeos é derivada da captura de usuários pelas iscas de clique plantadas em grupos do Facebook. Embora a Google tenha filtrado os websites como conteúdo sensível, não mostrando publicamente os endereços nos resultados de pesquisa, seus próprios mecanismos de anúncio foram utilizados para capturar receita publicitária pela geração de tráfego.

De um lado, a produção da desinformação pode migrar para plataformas *alt-tech*; a replataformização é uma tática de escapar da moderação de conteúdo subindo as *fake news* em sites próprios e multiplicando-os em clones. De outro, a amplificação da circulação e do consumo acontecem através de links nas mídias sociais *mainstream*, quando se tornam suscetíveis a remoções, ainda que as publicações lidas durante esta pesquisa não tivessem sido derrubadas ou marcadas como falsas. O resultado é um dilema entre controle e exposição (Donovan, Lewis e Friedberg, 2018) que repropõe as infraestruturas da web para espalhar conteúdo falso e monetizar a audiência por meio da venda de publicidade digital, mas sem conseguir escapar completamente das plataformas de mídias sociais.

É necessária muita nuance e cautela para analisar esses conteúdos. A chamada replataformização da irrealidade (Ebner, 2019) pressupõe a criação de artefatos tecnológicos digitais para romper com as fronteiras epistêmicas e as relações de poder de espaços digitais mais institucionalizados (Oliveira, 2020).

Isso pode ser ilustrado facilmente pelos títulos que propagam curas para a Covid-19 ou a eficácia da cloroquina. Ainda assim, a literatura relacionada vem demonstrando que essas inverdades completas são apenas parte do problema. A variedade das mensagens e temas aponta para uma prática integrada de desinformação que mescla gêneros de distorções, sensacionalismo e iscas de cliques (Mourão e Robertson, 2019).

Nesse caso, as ideias de Young (2021) sobre desinformação como guerra afetiva são úteis para entender apelos a um estado emocional de conforto e proteção durante uma severa crise sanitária. O autor se baseia na teoria crítica e em estudos sobre afetos para argumentar que a desinformação funciona pelo apelo cruel ao otimismo, isto é, “explora o desejo coletivo por pertença afetiva e comunidade em face da precariedade pervasiva. Esse desejo afetivo por pertencimento é tão forte que promessas falsas – na forma de desinformação – perversamente reafirmam nosso comprometimento com a comunidade que está mentindo para nós” (Young, 2021:2). Ainda que nosso artigo tenha a limitação empírica e sociológica de não realizar a análise dos processos de recepção, o conceito de *fake news* como otimismo cruel nos ajuda a entender títulos como “Boa Notícia: Estudo descobre 21 remédios que bloqueiam o coronavírus e data para o fim do Covid-19 pode chegar ‘Vamos Vencer’”, que criam um perigoso senso de segurança com bases em mentiras sem nenhum amparo na realidade.

Referências

- AHMED, I., #WilltoAct How social media giants have failed to live up to their claims on the Coronavirus ‘infodemic’. 2020. Disponível em: <https://www.counterhate.com/willtoact>. Acesso em 12 de janeiro de 2021.
- ALBUQUERQUE, A.; QUINAN, R.. Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 13, n. 3, p. 83-104. 2019.
- ANDERSEN, K; SØE, S.O. Communicative actions we live by: The problem with fact-checking, tagging or flagging fake news—the case of Facebook. *European Journal of Communication*, v. 35, n. 2, p. 126-139, 2020.
- ARAUJO, R. F.; OLIVEIRA, T.M.. Desinformação e mensagens sobre a hidroxicloroquina no Twitter: da pressão política à disputa científica. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, v. 9, n. 2, p. 196-205, 2020.
- BAELE, S. J.; BRACE, L.; COAN, T. G. Uncovering the far-right online ecosystem: An analytical framework and research agenda. *Studies in Conflict & Terrorism*, p. 1-21, 2020.

- BECHMANN, A. Tackling Disinformation and Infodemics Demands Media Policy Changes. *Digital Journalism*, Online First, p. 1–9, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1773887>. Acesso em 10 de agosto de 2020.
- BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018.
- BLUMLER, J. G.; KAVANAGH, D. The third age of political communication: Influences and features. *Political communication*, v. 16, n. 3, p. 209-230, 1999.
- BONEGRU, L. GRAY, J. VENTURINI, T. MAURI, M. (2017) A Field Guide to Fake News: A Collection of Recipes for Those Who Love to Cook with Digital Methods, research report, first draft (Public Data Lab, April 7, 2017), Disponível em: <http://apo.org.au/node/76218>. Acesso em 11 de janeiro de 2021.
- BRUNS, A.; HARRINGTON, S.; HURCOMBE, E. ‘Corona? 5G? or both?’: the dynamics of COVID-19/5G conspiracy theories on Facebook. *Media International Australia*, v. 177, n. 1, p. 12-29, 2020.
- CARLSON, M. Journalistic epistemology and digital news circulation: Infrastructure, circulation practices, and epistemic contests. *New Media & Society*, v. 22, n. 2, p. 230-246, 2020.
- CHADWICK, Andrew. *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press, 2017.
- CHANDRASEKHARAN, E., PAVALANATHAN, U., SRINIVASAN, A., GLYNN, A., EISENSTEIN, J., GILBERT, E. You can’t stay here: The efficacy of reddit’s 2015 ban examined through hate speech. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, v. 1, n. CSCW, p. 1-22, 2017.
- CLAYTON, K., BLAIR, S., BUSAM, J. A., FORSTNER, S., GLANCE, J., GREEN, G., NYHAN, B. Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, v. 42, n. 4, p. 1073-1095, 2020.
- CONWAY, M., KHAWAJA, M., LAKHANI, S., REFFIN, J., ROBERTSON, A., & WEIR, D. Disrupting Daesh: Measuring takedown of online terrorist material and its impacts. *Studies in Conflict & Terrorism*, v. 42, n. 1-2, p.141-160, 2019.
- CREECH, B. Fake news and the discursive construction of technology companies’ social power. *Media, Culture & Society*, v. 42, n. 6, p. 952-968, 2020.
- CROWDTANGLE TEAM. CrowdTangle. Facebook, Menlo Park, California, United States, 2020.
- DAVEY, J. EBNER, J., “The Fringe Insurgency: Connectivity, Convergence and Mainstreaming of Extreme Right”, the Institute for Strategic Dialogue, October 2017. Disponível em <https://www.isdglobal.org/wpcontent/uploads/2017/10/The-Fringe-Insurgency-221017.pdf>. Acesso em 11 de setembro de 2020.
- DONOVAN, J; LEWIS, B; FRIEDBERG, B. Parallel ports: Sociotechnical change from the alt-right to alt-tech. In: FIELITZ, M.; THURSTON, N. *Post-digital cultures of the far right: Online actions and offline consequences in Europe and the US*. transcript Verlag, p. 49-66, 2018.
- EBNER, J. Replatforming Unreality. *Journal of Design and Science*, n. 6, 2019.
- FONSECA, G. D’ANDREA, C. Governança e mediações algorítmicas da plataforma YouTube durante a pandemia de COVID-19, *Dispositiva*, v. 9, n. 16, 2020
- GANESH, B; BRIGHT, J. Countering extremists on social media: challenges for strategic communication and content moderation. *Policy & Internet*, v.12, n.1, p. 6-19, 2020.
- GARRETT, R. K.; POULSEN, S. Flagging facebook falsehoods: Self-identified humor warnings outperform fact checker and peer warnings. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 24, n. 5, p. 240-258, 2019.
- GERLITZ, C.; HELMOND, A. The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New media & society*, v. 15, n. 8, p. 1348-1365, 2013.
- GILLESPIE, T. The politics of ‘platforms’. *New media & society*, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.
- _____. Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. Yale University Press, 2018.
- GOMES, W.; DOURADO, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.
- GORWA, R. What is platform governance?. *Information, Communication & Society*, v. 22, n. 6, p. 854-871, 2019.
- GRAY, J; BOUNEGRU, L; VENTURINI, T. ‘Fake news’ as infrastructural uncanny. *New media & society*, v. 22, n. 2, p. 317-341, 2020.
- HINDMAN, M. *The Internet trap: How the digital economy builds monopolies and undermines democracy*. Princeton University Press, 2018.
- JONES, M. The gulf information war| propaganda, fake news, and fake trends: The weaponization of twitter bots in the gulf crisis. *International journal of communication*, v. 13, p. 27, 2019.
- KRAFFT, P. M.; DONOVAN, J. Disinformation by design: The use of evidence collages and platform filtering in a media manipulation campaign. *Political Communication*, v. 37, n. 2, p. 194-214, 2020.

- KREISS, D.; MCGREGOR, S. C. The “arbiters of what our voters see”: Facebook and Google’s struggle with policy, process, and enforcement around political advertising. *Political Communication*, v. 36, n. 4, p. 499-522, 2019.
- LANGLOIS, G. Participatory culture and the new governance of communication: The paradox of participatory media. *Television & New Media*, v. 14, n. 2, p. 91-105, 2013.
- LABARBERA, G. Deplatforming and the rise of the alt-tech video hosting platform BitChute, 2020. Disponível em: <http://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2020/09/27/deplatforming-and-bitchute/>. Acesso em 10 de agosto de 2021.
- LATOUR, B. *What Is the Style of Matters of Concern?* Two Lectures in Empirical Philosophy. Spinoza Lectures at the University of Amsterdam. Publication of the Department of Philosophy, 2008. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/97-SPINOZA-GB.pdf>. Acesso em 12 de abril de 2021.
- MACHADO, C. DOURADO, D., SANTOS, J. SANTOS, N. Ciência contaminada: Analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via Youtube, 2020. Disponível em: <https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>. Acesso em 06 de janeiro de 2021.
- MENA, P. Cleaning up social media: The effect of warning labels on likelihood of sharing false news on Facebook. *Policy & internet*, v. 12, n. 2, p. 165-183, 2020.
- MYERS WEST, S. Censored, suspended, shadowbanned: User interpretations of content moderation on social media platforms. *New Media & Society*, v. 20, n. 11, p. 4366-4383, 2018.
- MOURÃO, R. R.; ROBERTSON, C. T. Fake news as discursive integration: An analysis of sites that publish false, misleading, hyperpartisan and sensational information. *Journalism Studies*, v. 20, n. 14, p. 2077-2095, 2019.
- NAPOLI, P.; CAPLAN, R.. Por que empresas de mídia insistem que não são empresas de mídia, por que estão erradas e por que isso importa. *Parágrafo*, v. 6, n. 1, p. 143-163, 2018.
- NIELSEN, R. K.; GANTER, S. A.. Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New media & society*, v. 20, n. 4, p. 1600-1617, 2018.
- OLIVEIRA, T. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 22, n. 1, p. 21-35, 2020.
- _____, EVANGELISTA, Simone, ALVES, Marcelo, QUINAN, Rodrigo. “Those on the Right Take Chloroquine”: The Illiberal Instrumentalisation of Scientific Debates during the COVID-19 Pandemic in Brasil. *Javnost-The Public*, v. 28, n. 2, p. 165-184, 2021.
- ONG, J.; CABAÑES, J. A. Architects of networked disinformation: Behind the scenes of troll accounts and fake news production in the Philippines. *Architects of networked disinformation: Behind the scenes of troll accounts and fake news production in the Philippines*, 2018.
- PAPAKYRIAKOPOULOS, O.; SERRANO, J.; HEGELICH, S. The spread of COVID-19 conspiracy theories on social media and the effect of content moderation. *The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, v. 1, 2020.
- PFETSCH, B. Democracy and Digital Dissonance: The Co-Occurrence of the Transformation of Political Culture and Communication Infrastructure. *Central European Journal of Communication*, v. 13, n. 25, p. 96-110, 2020.
- PLANTIN, J., LAGOZE, C., EDWARDS, P. N., SANDVIG, C.. Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, v. 20, n. 1, p. 293-310, 2018.
- RECUERO, R.; SOARES, F.; VINHAS, O. Discursive strategies for disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election. *First Monday*, 2021. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/10551>. Acesso em 10 de agosto de 2021.
- ROGERS, R. Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, v. 35, n. 3, p. 213-229, 2020.
- SOARES, F. B., VIEGAS, P., BONOTO, C., RECUERO, R. Covid-19, desinformação e Facebook: circulação de URLs sobre a hidroxicloroquina em páginas e grupos públicos. *Online First*, 2020a. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1476/2334>. Acesso em 22 de novembro de 2020.
- SOARES, F. B., RECUERO, R., VOLCAN, T., FAGUNDES, G., & SODRÉ, G. Desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político. *Ciência da Informação em Revista*. *Online First*, 2020b. Disponível em <https://doi.org/10.1590/SciELO-Preprints.1334>. Acesso em 22 de novembro de 2020.
- TANDOC JR, EC.; LIM, Z W.; LING, R. Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018.
- VAIDHYANATHAN, S. *Antisocial media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press, 2018.
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press, 2018.

- VENTURINI, T. *From Fake to Junk News, the Data Politics of Online Virality*. Didier Bigo, Engin Isin, BIGO, D.; ISIN, E.; RUPPERT, E.. *Data politics: worlds, subjects, rights*. Taylor & Francis, 2019.
- YOUNG, J.. Disinformation as the weaponization of cruel optimism: A critical intervention in misinformation studies. *Emotion, Space and Society*, v. 38, p. 100757, 2021.
- WARDLE, C. The need for smarter definitions and practical, timely empirical research on information disorder. *Digital Journalism*, v. 6, n. 8, p. 951-963, 2018.
- WILLIAMS, R. Coronavirus fake news adverts approved by Facebook despite crackdown. Inews, 2020. Disponível em: <https://inews.co.uk/news/coronavirus-fake-news-adverts-facebook-approved-411032> Acesso em 06 de janeiro de 2021.